

中小企業経営者アンケート 「大同生命サーベイ」 2024年9月度調査レポート

「健康経営」に取り組んだ多くの企業で効果を実感。
2割の企業で「従業員の満足度・モチベーションの向上」につながる！

■景況感（P4～）

- 「現在の業況」（業況DI）は▲9.3pt（前月差+1.4pt）と3カ月連続で改善、「将来の見通し」（将来DI）も+4.8pt（前月差+2.0pt）と改善しました。

■中小企業の健康経営®（P8～）

- 健康経営について、「意味や内容を知っている」と回答した企業は36%と、調査開始時（2017年3月調査）と比べると認知度は高まっているものの、前回調査（2023年8月調査）からは横ばいとなりました。
- 一方、「聞いたことがない、知らない」と回答した企業は、前回調査（2023年8月調査）より+7pt増加しました。
- また、経営者が自身の健康を意識している企業ほど、認知度が高くなっています。
- 健康経営の取組内容としては、「長時間労働の抑制」が40%と最も多く、次いで「休暇取得の促進」「人間ドックやがん検診などの費用補助」がそれぞれ30%と、労働環境が改善されている結果となりました。
- 実際の効果としては、「生活習慣や健康に対する意識向上」が50%と最も多くなりました。
- また、約2割の企業で「従業員の満足度、モチベーションの向上」につながったとの回答がありました。

※「健康経営®」は、NPO法人 健康経営研究会の登録商標です。

 **大同生命保険株式会社**

大同生命WEBサイトで調査レポートの
バックナンバーをご覧ください。



<https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/>

<調査概要>

大同生命では、中小企業の景況感や経営課題の解決に向けた取組みなどに関するアンケート調査「大同生命サーベイ」を2015年10月から毎月実施し、経営者の皆さまに、経営のヒントとしてお役立ていただくことを目的として、調査結果を「月次レポート」としてお届けしています。

- ・ 調査期間 : 2024年9月2日～9月27日
- ・ 調査対象 : 全国の企業経営者 6,936社（うち約5割が当社ご契約企業）
- ・ 調査方法 : 当社営業職員が訪問またはZoom面談により調査
- ・ 調査内容 : [定例] 景況感 [個別テーマ] 中小企業の健康経営

<回答企業の属性>

地域		全体(占率)	北海道	東北	北関東 (※1)	南関東 (※2)	北陸・ 甲信越	東海	関西 (※3)	中国	四国	九州・ 沖縄
全体		6,936 (100.0)	282	559	602	1,072	666	665	1,204	708	342	836
業種	製造業	1,310 (18.9)	24	81	132	171	183	151	307	118	49	94
	建設業	1,544 (22.3)	76	166	117	188	175	153	204	183	96	186
	卸・小売業	1,487 (21.4)	43	103	116	218	131	142	291	142	95	206
	サービス業	2,301 (33.2)	112	177	210	459	158	187	351	231	90	326
	その他	186 (2.7)	13	22	20	21	16	22	26	19	10	17
	無回答	108 (1.6)	14	10	7	15	3	10	25	15	2	7
従業員規模	5人以下	3,300 (47.6)	130	240	358	564	292	283	561	309	153	410
	6～10人	1,266 (18.3)	38	123	75	175	133	126	218	135	66	177
	11～20人	961 (13.9)	46	81	76	129	108	95	156	102	56	112
	21人以上	1,291 (18.6)	57	106	84	183	127	145	245	148	64	132
	無回答	118 (1.7)	11	9	9	21	6	16	24	14	3	5

※1:北関東 → 茨城・栃木・群馬・埼玉 ※2:南関東 → 千葉・東京・神奈川 ※3:関西 → 滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山

創業年数	企業数 (占率)	年齢	企業数 (占率)	性別	企業数 (占率)
10年未満	697 (10.0)	40歳未満	283 (4.1)	男性	6,222 (89.7)
10～30年未満	1,519 (21.9)	40歳代	1,193 (17.2)	女性	575 (8.3)
30～50年未満	1,951 (28.1)	50歳代	2,135 (30.8)	無回答	139 (2.0)
50～100年未満	2,234 (32.2)	60歳代	1,760 (25.4)		
100年以上	299 (4.3)	70歳以上	1,292 (18.6)		
無回答	236 (3.4)	無回答	273 (3.9)		

<調査結果のご利用にあたって>

- ・ 本資料は「大同生命サーベイ」の調査結果の開示を目的としており、当社の統一的な見解を示すものではありません。
- ・ 本資料は当社の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。
引用する際は、「出所：大同生命サーベイ (2024年9月度調査)」と明記ください。
- ・ 本資料に基づく決定、行為、およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。
- ・ 本資料は、生命保険契約の募集を目的としたものではありません。
- ・ 本資料で表示する「回答率(%)」等は、小数点第1位(景況感は小数点第2位)を四捨五入しています。
また、特に記載がない場合、「無回答」を除いて集計しています。
- ・ 「大同生命サーベイ」は、当社ご契約企業を中心に実施しており、各調査結果に若干の偏りが生じる場合があります。

中小企業の健康経営

労働人口の減少や高齢化により、従業員が健康で生き活きと長く働くことができる職場環境づくりの重要性が増しています。

中小企業の健康経営について、産業医科大学と共同で実施した今回の調査結果は、今後さらに分析を深めたうえで、新たな対策の検討等に活用されます。

専門家意見

従業員の健康管理を経営的な視点で考え戦略的に実践する「健康経営」の認知度が、昨年度の調査と同様36%となりました。2017年の調査開始時は10%であり、上昇傾向が継続していることを嬉しく感じています。

多くの中小企業経営者が「健康経営」に着目する理由として、深刻化する少子高齢化を背景とした人材不足があると思います。中小企業ならではのスピード感と経営者の強いリーダーシップで「健康経営」に取り組み、働く人から選ばれる企業になっていただきたいと強く思います。



森 晃爾

産業医科大学
産業生態科学研究所 教授

健康経営の取組内容で最も多かったのが「長時間労働の抑制」、次いで「休暇取得の促進」および「人間ドックやがん検診などの費用補助」でした。労働時間や休暇はプレゼンティーイズム（健康の問題を抱えつつ仕事をしている状態＝生産性の低下）と関連が深く重要な要素です。また、人間ドック等の健康診断も健康状態を可視化する重要な行動です。今回の調査では多くの企業でそのような取り組みがなされていることがわかり、その効果に関する設問では「生活習慣や健康に対する意識向上につながっている」が最も多くなっており、素晴らしい結果となりました。

また、経営者が考える「健康経営に取り組むうえでの課題」のトップは、「企業として従業員個人の健康にどの程度関与してよいかの判断が難しい」でした。これは昨年度の調査と同じ傾向であり、医療職がいない中小企業ならではの課題といえるでしょう。

大同生命が提供しているサービスの1つ「KENCO SUPPORT PROGRAM（ケンコウ・サポート・プログラム）」では、従業員の健康診断結果を登録すると、病院受診や保健指導の要否を確認できるレポートを経営者へ提供するほか、次回の健診受診のタイミングに合わせて従業員に自動的に通知してくれます。経営者の皆さんに行っていただきたいことは、そのような情報をもとに、必要な行動をとっていない従業員に「健康の大切さ」を伝え、行動を促すことだと考えます。皆さんの会社の健康経営の発展を期待しています。

<健康経営とは？>

従業員等の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践することです。企業理念に基づき、従業員等への健康投資を行うことは、従業員の活力向上や生産性の向上等の組織の活性化をもたらし、結果的に業績向上や株価向上につながると期待されます。（「健康経営」は、NPO法人 健康経営研究会の登録商標です。）

（出典）経済産業省HP：https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/kenko_keiei.html

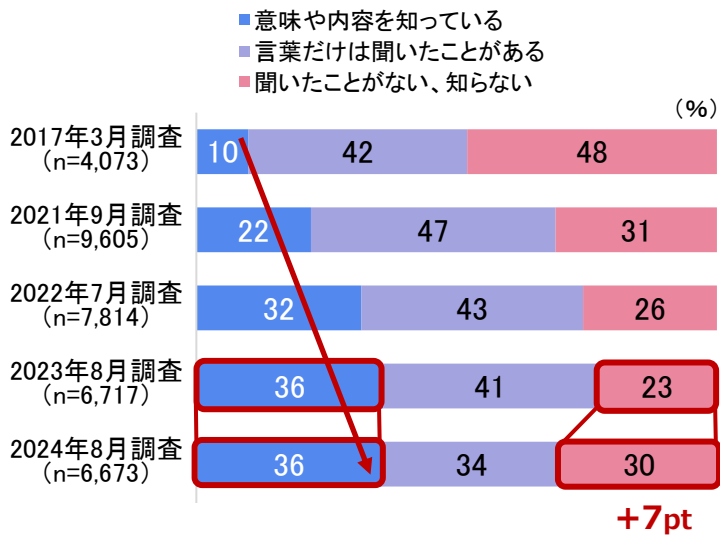
2024年9月度調査のポイント

中小企業の健康経営

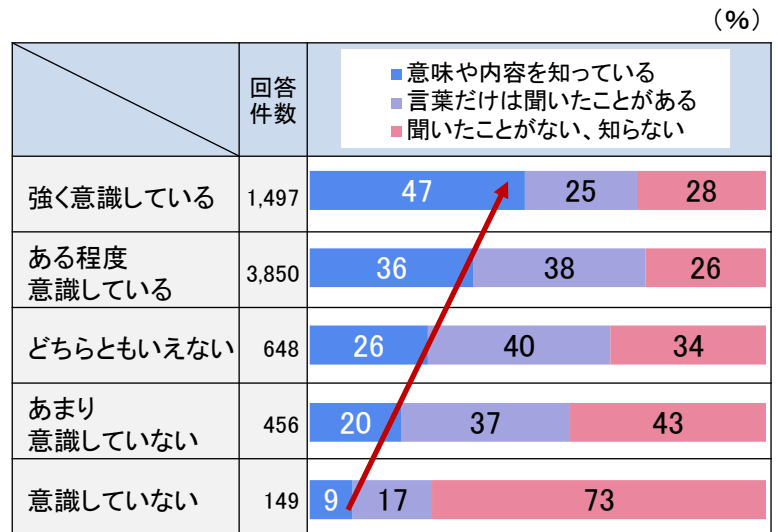
- 健康経営について、「意味や内容を知っている」と回答した企業は36%と、調査開始時（2017年3月調査）と比べると認知度は高まっているものの、前回調査（2023年8月調査）からは横ばいとなりました。
- 一方、「聞いたことがない、知らない」と回答した企業は、前回調査（2023年8月調査）より+7pt増加しました。
- また、経営者が自身の健康を意識している企業ほど、認知度が高くなっています。
- 健康経営の取組内容としては、「長時間労働の抑制」が40%と最も多く、次いで「休暇取得の促進」「人間ドックやがん検診などの費用補助」がそれぞれ30%と、労働環境が改善されている結果となりました。
- 実際の効果としては、「生活習慣や健康に対する意識向上」が50%と最も多くなりました。
- また、約2割の企業で「従業員の満足度、モチベーションの向上」につながったとの回答がありました。

①健康経営の認知度

<全体>

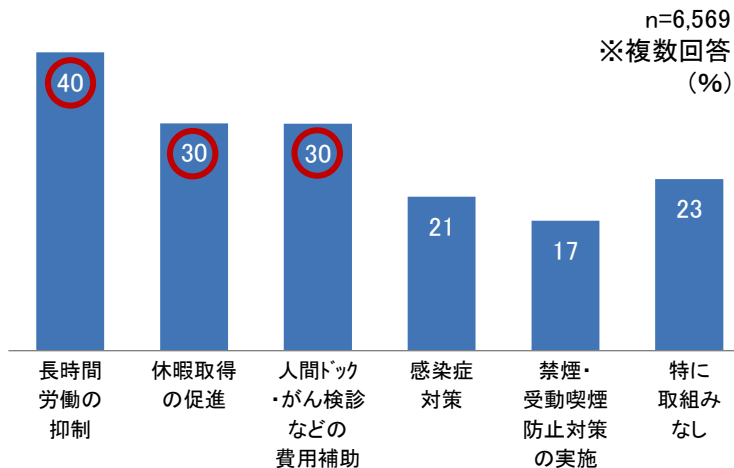


<経営者自身の健康に対する意識別>



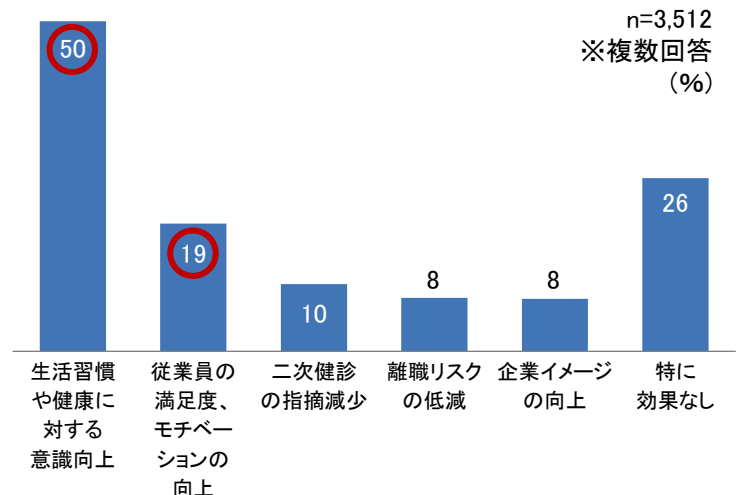
②健康経営の取組内容

<全体>



③取組内容の実際の効果

<全体>



I. 景況感

(1) 業況、将来の見通し、売上・利益・資金繰り

- 「現在の業況」(業況DI) は▲9.3pt (前月差+1.4pt) と3ヵ月連続で改善、
「将来の見通し」(将来DI) も+4.8pt (前月差+2.0pt) と改善しました。
- 「売上高」「利益」「資金繰り」もいずれも改善しました。

現在の業況

調査月	■ 良い ■ 普通 ■ 悪い (%)	業況DI	前月差
2024年7月 (n=6,977)	13 63 24	▲11.3pt	+ 0.8pt
8月 (n=5,516)	12 64 23	▲10.7pt	+ 0.6pt
9月 (n=6,299)	13 65 22	▲ 9.3pt	+ 1.4pt

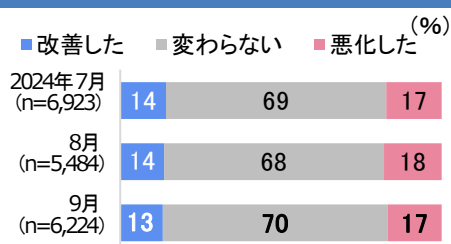
将来の見通し

調査月	■ 良くなる ■ どちらともいえない ■ 悪くなる (%)	将来DI	前月差
2024年7月 (n=6,929)	17 71 13	+ 4.0pt	▲ 0.2pt
8月 (n=5,511)	15 73 12	+ 2.8pt	▲ 1.2pt
9月 (n=6,250)	16 72 12	+ 4.8pt	+ 2.0pt

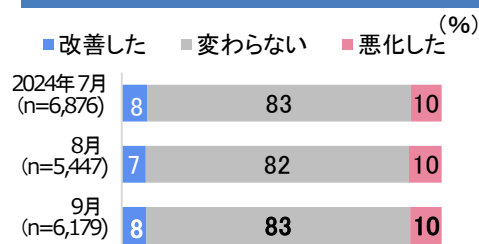
売上高



利益



資金繰り



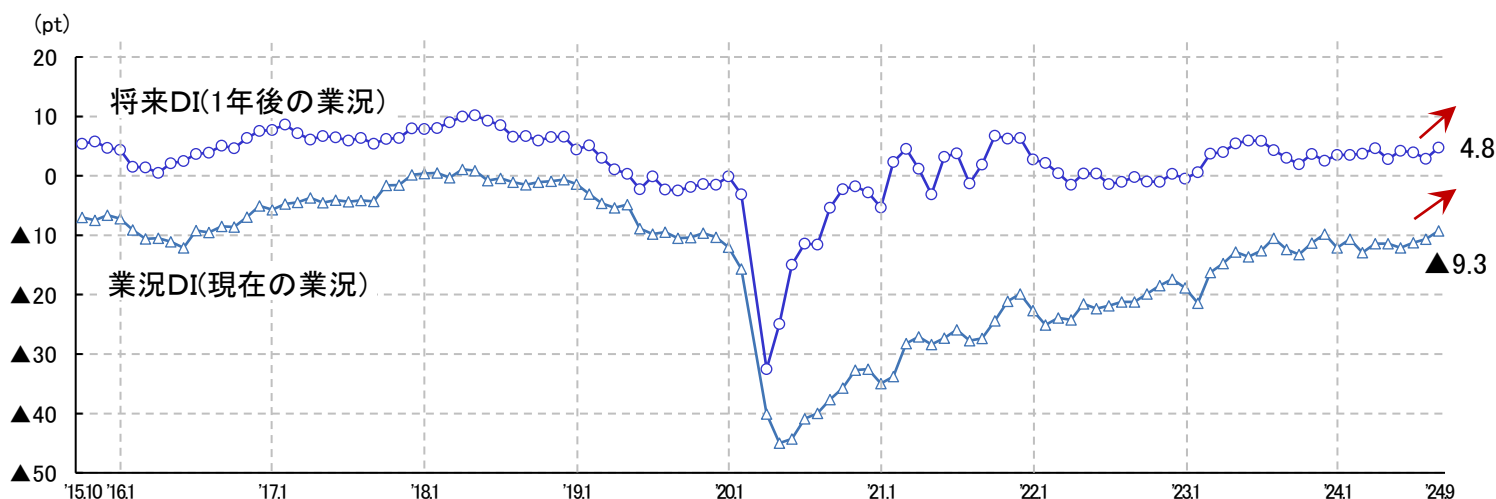
調査月	売上高DI	前月差
2024年7月	▲ 0.3pt	+ 0.2pt
8月	▲ 1.0pt	▲ 0.7pt
9月	▲ 0.4pt	+ 0.6pt

調査月	利益DI	前月差
2024年7月	▲ 3.0pt	+ 0.4pt
8月	▲ 4.3pt	▲ 1.3pt
9月	▲ 3.6pt	+ 0.7pt

調査月	資金繰りDI	前月差
2024年7月	▲ 1.7pt	▲ 0.1pt
8月	▲ 2.7pt	▲ 1.0pt
9月	▲ 2.1pt	+ 0.6pt

DI (Diffusion Index) = 好転(増加・上昇・過剰等)の回答割合(%) - 悪化(減少・悪化・不足等)の回答割合(%)

【現在の業況と将来の見通し】

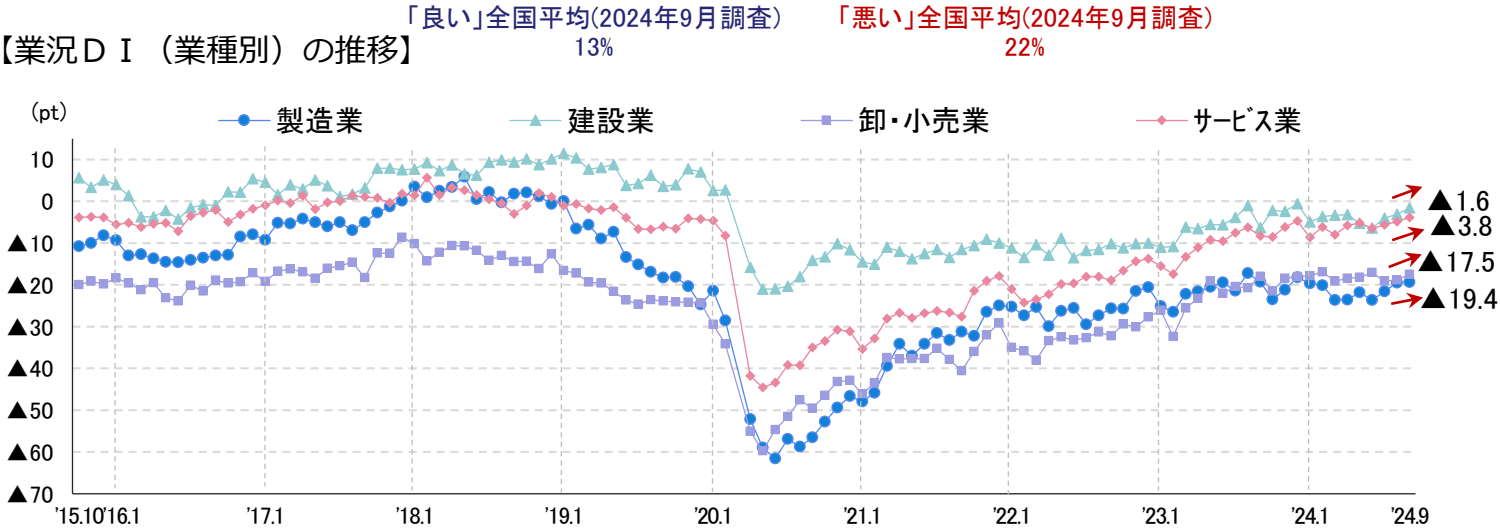


※2020年3月はコロナ禍の影響を踏まえ調査を中止。

(2) 業種別 業況DI

・「製造業」「建設業」「サービス業」は3ヵ月連続で改善しました。

業種	回答件数	※上段: 2024年 8月調査 下段: 2024年 9月調査			業況DI (pt)	前月差 (pt)
		良い	普通	悪い (%)		
製造業	1,093	12	56	32	▲ 19.5	+ 2.1
	1,208	12	56	32	▲ 19.4	+ 0.1
建設業	1,284	14	68	18	▲ 3.1	+ 0.9
	1,425	14	69	16	▲ 1.6	+ 1.5
卸・小売業	1,161	9	63	28	▲ 18.9	+ 0.2
	1,322	11	61	28	▲ 17.5	+ 1.4
卸売業	547	11	66	23	▲ 12.1	+ 2.6
	619	12	62	26	▲ 13.4	▲ 1.3
小売業	614	7	61	32	▲ 24.9	▲ 2.2
	703	9	61	30	▲ 21.2	+ 3.7
サービス業	1,777	14	68	19	▲ 4.9	+ 0.8
	2,108	14	68	18	▲ 3.8	+ 1.1
情報通信業	98	14	76	10	+ 4.1	+ 9.6
	122	21	61	17	+ 4.1	± 0.0
運輸業	181	12	64	25	▲ 13.3	+ 1.1
	224	10	74	17	▲ 6.7	+ 6.6
不動産・物品賃貸業	339	13	71	15	▲ 2.1	+ 2.5
	392	9	77	14	▲ 4.1	▲ 2.0
宿泊・飲食サービス業	145	15	61	24	▲ 9.0	▲ 10.1
	194	20	58	22	▲ 2.6	+ 6.4
医療・福祉業	157	14	69	17	▲ 2.5	▲ 1.4
	176	16	68	15	+ 1.1	+ 3.6
教育・学習支援業	30	13	63	23	▲ 10.0	▲ 5.7
	28	32	50	18	+ 14.3	+ 24.3
生活関連サービス業、 娯楽業	160	11	64	26	▲ 15.0	▲ 8.8
	180	11	69	20	▲ 8.9	+ 6.1
学術研究、専門・技術 サービス業	189	20	66	14	+ 5.8	+ 6.9
	214	15	69	16	▲ 0.5	▲ 6.3
その他サービス業	478	13	68	19	▲ 5.6	+ 2.7
	578	13	66	20	▲ 6.7	▲ 1.1

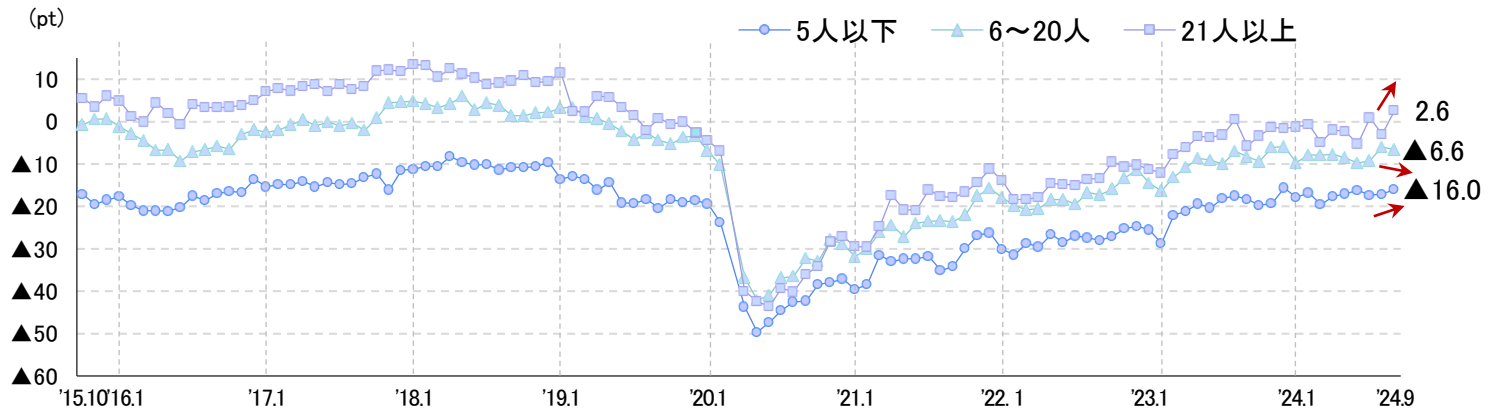


(3) 従業員規模別 業況DI

・「21人以上」の企業では、+2.6pt（前月差+5.5pt）と改善しました。

従業員規模	回答件数	※上段:2024年 8月調査 下段:2024年 9月調査			業況DI (pt)	前月差 (pt)
		■ 良い	■ 普通	■ 悪い (%)		
5人以下	2,607	10	62	27	▲ 17.1	+ 0.2
	2,991	10	63	26	▲ 16.0	+ 1.1
6～20人	1,834	14	65	20	▲ 6.0	+ 3.2
	2,042	14	65	21	▲ 6.6	▲ 0.6
21人以上	1,020	15	68	18	▲ 2.9	▲ 3.8
	1,189	17	68	15	+ 2.6	+ 5.5

【業況DI（従業員規模別）の推移】

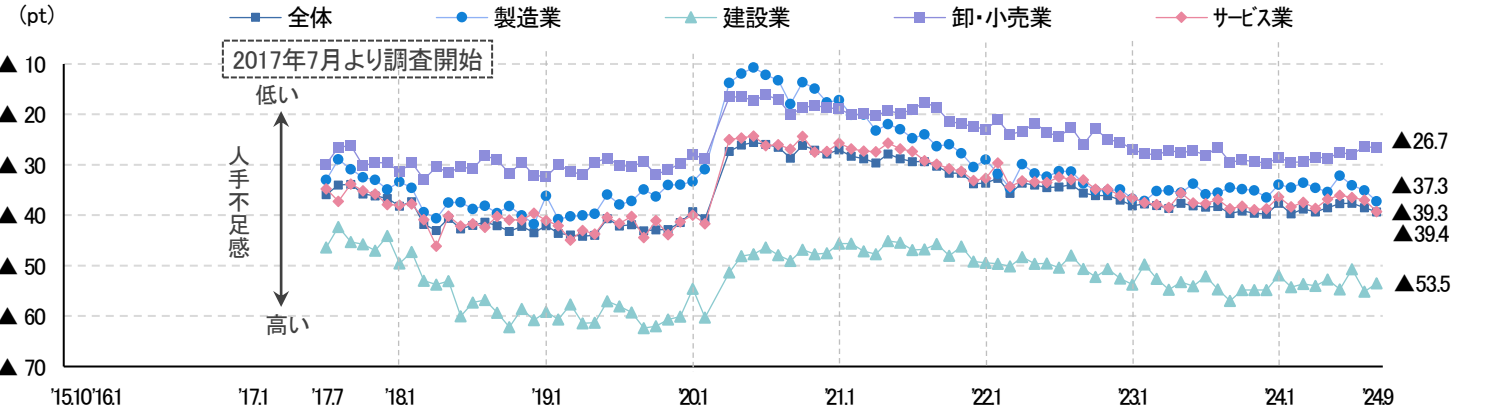


(4) 従業員過不足DI

・従業員過不足DIは▲39.4pt（前月差▲0.9pt）と悪化しました。
依然としてすべての業種で人手不足の状況が継続しています。

業種	回答件数	※上段:2024年 8月調査 下段:2024年 9月調査			従業員 過不足DI (pt)	前月差 (pt)
		過多	充足	不足		
		(%)				
全体	5,508	1	59	40	▲ 38.5	▲ 0.9
	6,252	1	58	41	▲ 39.4	▲ 0.9
製造業	1,086	2	61	37	▲ 35.1	▲ 1.0
	1,194	2	58	39	▲ 37.3	▲ 2.2
建設業	1,286	1	44	56	▲ 55.1	▲ 4.4
	1,410	0	46	54	▲ 53.5	+ 1.6
卸・小売業	1,155	1	72	27	▲ 26.4	+ 1.5
	1,328	2	70	28	▲ 26.7	▲ 0.3
サービス業	1,777	1	61	38	▲ 37.0	▲ 0.5
	2,084	1	59	40	▲ 39.3	▲ 2.3

【従業員過不足DI（業種別）の推移】

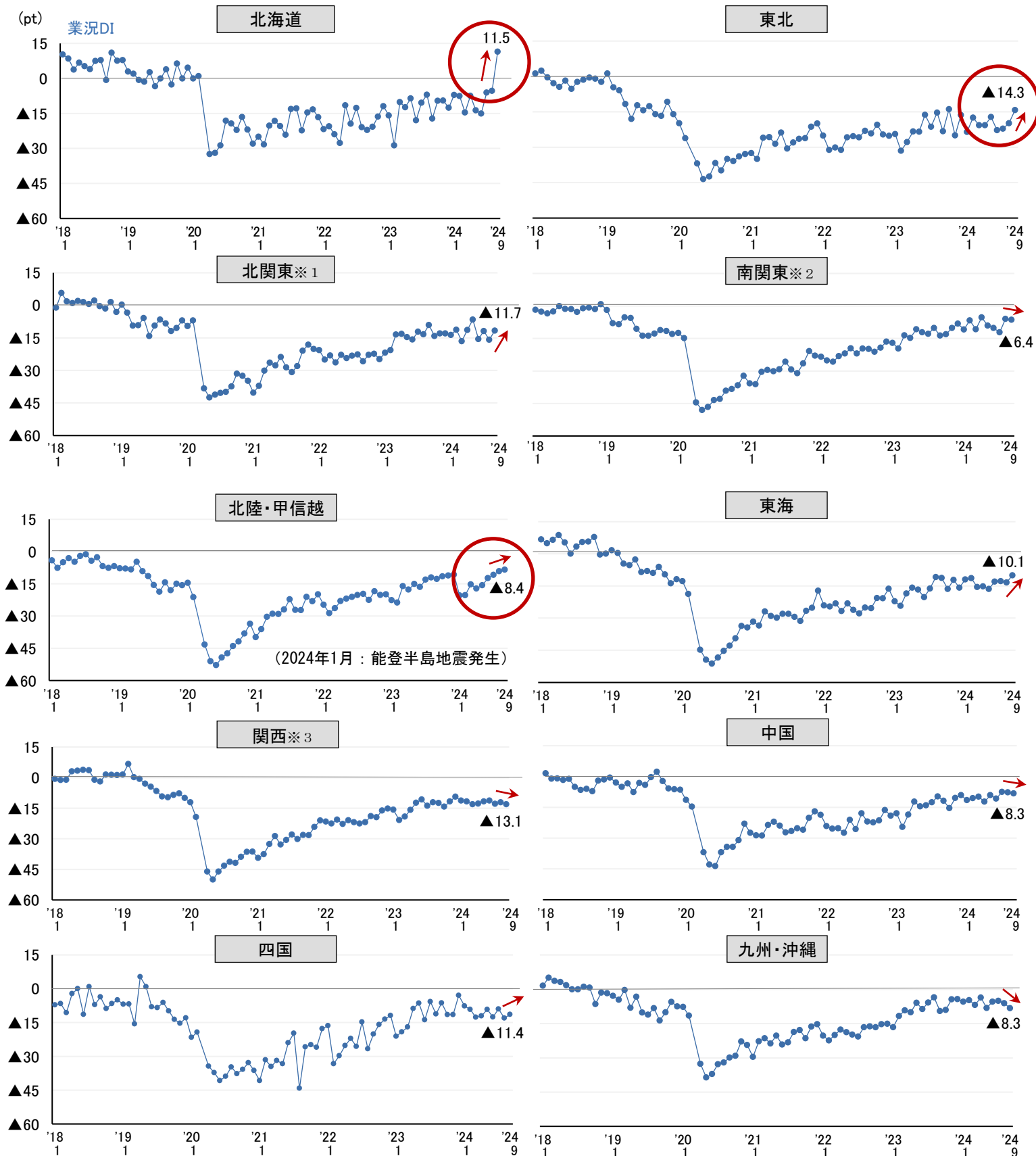


(5) 地域別 業況DI

- 「北海道」「東北」は3ヵ月連続、「北陸・甲信越」は5ヵ月連続で改善しています。

<全国平均の業況DI推移（直近6ヵ月）>（単位：pt）

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
業況DI	▲ 11.4	▲ 11.4	▲ 12.1	▲ 11.3	▲ 10.7	▲ 9.3



※1：北関東＝茨城・栃木・群馬・埼玉

※2：南関東＝千葉・東京・神奈川

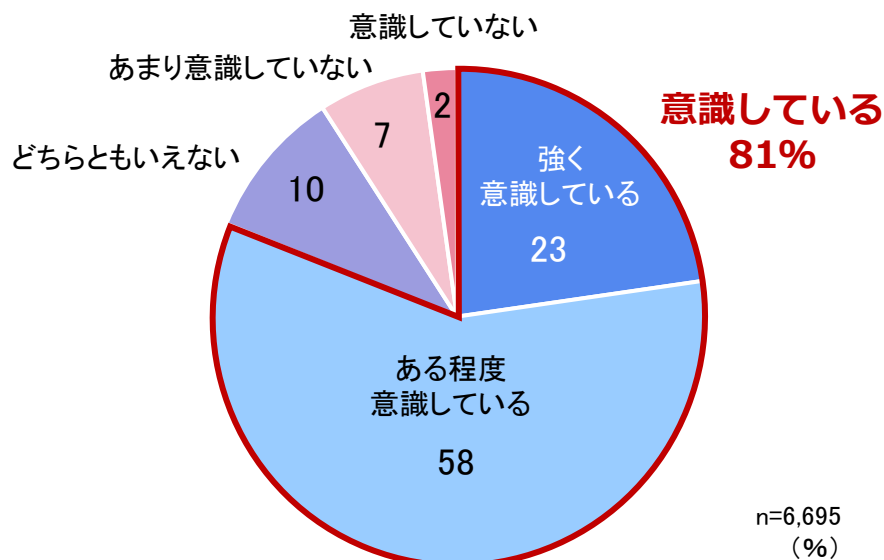
※3：関西＝滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山

Ⅱ. 中小企業の健康経営

Q1 経営者自身の健康に対する意識

- 中小企業経営者の81%が、自分自身の健康について「意識している」と回答しました。

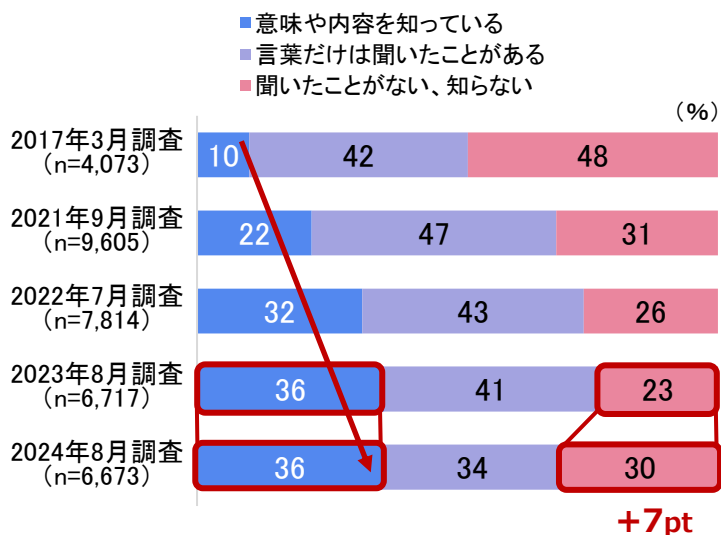
<全体>



Q2 健康経営の認知度

- 健康経営について、「意味や内容を知っている」と回答した企業は36%と、調査開始時（2017年3月調査）と比べると認知度は高まっているものの、前回調査（2023年8月調査）からは横ばいとなりました。
- 一方、「聞いたことがない、知らない」と回答した企業は、前回調査（2023年8月調査）より+7pt増加しました。
- また、経営者が自身の健康を意識している企業ほど、認知度が高くなっています。

<全体>



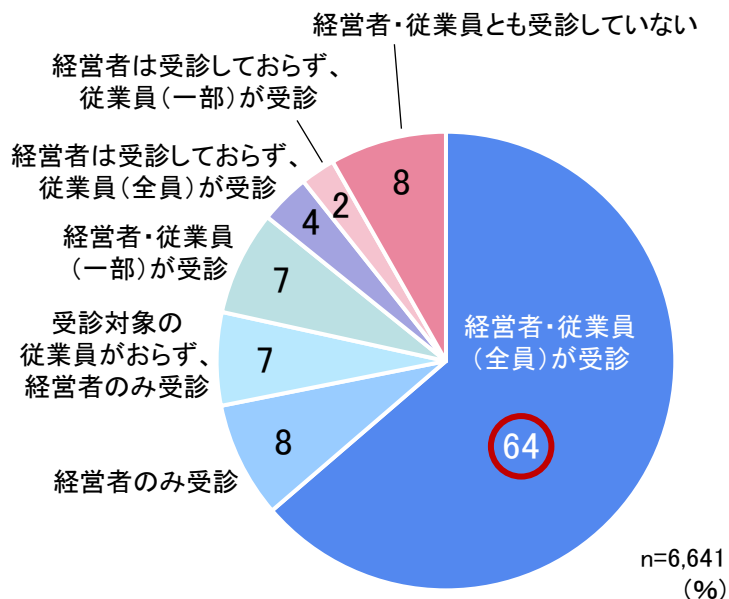
<経営者自身の健康に対する意識別>

	回答件数	(%)		
		意味や内容を知っている	言葉だけは聞いたことがある	聞いたことがない、知らない
強く意識している	1,497	47	25	28
ある程度意識している	3,850	36	38	26
どちらともいえない	648	26	40	34
あまり意識していない	456	20	37	43
意識していない	149	9	17	73

Q3 健康診断や人間ドックの受診状況

- 健康診断や人間ドックの受診状況について、「経営者・従業員（全員）が受診」と回答した企業は64%となりました。
- また、経営者の健康経営意識が高いほど、経営者・従業員（全員）の受診率も高くなりました。

<全体>



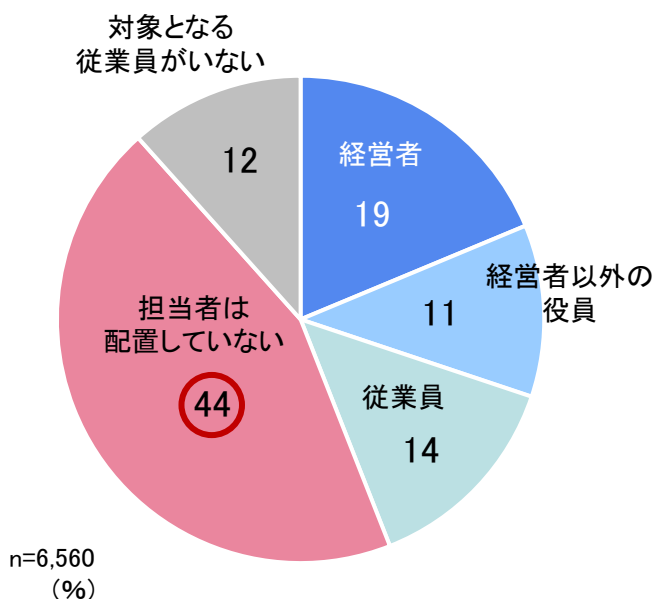
<経営者自身の健康に対する意識別>

	回答件数					
強く意識している	1,501	67	10	7	7	325
ある程度意識している	3,836	66	8	6	8	327
どちらともいえない	633	58	8	6	8	54 13
あまり意識していない	445	48	7	6	9	55 21
意識していない	138	41	7	9	6	44 28

Q4 従業員の「健康づくり」担当者の配置状況

- 従業員の「健康づくり」担当者の配置状況について、「担当者は配置していない」と回答した企業は44%と最も多くなりました。
- 業種別にみると、「情報通信業」「運輸業」では担当者の配置が進んでいる一方で、「宿泊・飲食サービス業」や「教育・学習支援業」で担当者を配置していない割合が多くなっています。

<全体>



<業種別>

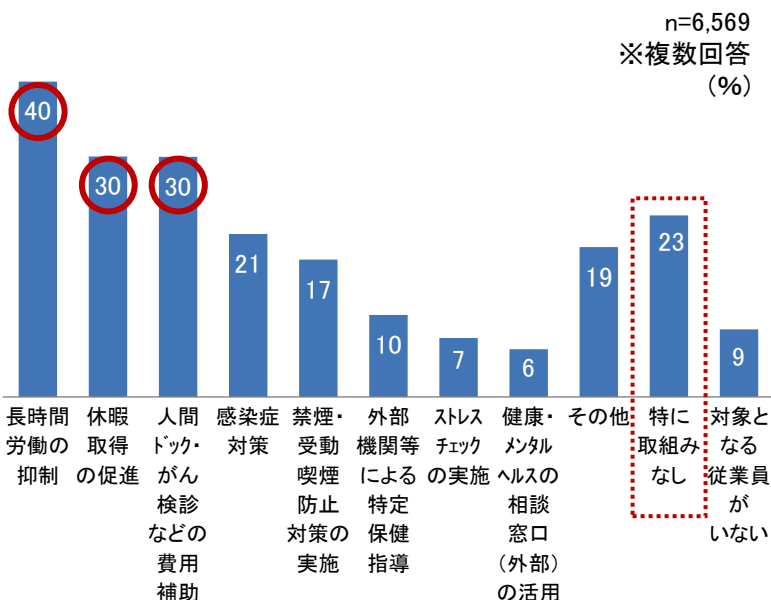
	回答件数					
製造業	1,245	18	13	16	45	8
建設業	1,482	17	15	16	44	7
卸・小売業	1,398	19	10	11	46	15
卸売業	654	18	11	14	46	11
小売業	744	19	10	8	46	18
サービス業	2,165	20	9	13	43	15
情報通信業	128	20	10	28	36	5
運輸業	226	23	18	22	34	4
不動産・物品賃貸業	403	19	4	7	41	28
宿泊・飲食サービス業	189	15	10	10	49	16
医療・福祉業	181	25	10	17	41	7
教育・学習支援業	31	19	10	10	52	10
生活関連サービス業、娯楽業	185	19	11	7	44	19
学術研究、専門・技術サービス業	228	20	7	11	46	14
その他サービス業	594	22	7	14	45	13

Q5 健康経営の取組内容と実際の効果

- 健康経営の取組内容としては、「長時間労働の抑制」が40%と最も多く、次いで「休暇取得の促進」「人間ドックやがん検診などの費用補助」がそれぞれ30%と、労働環境が改善されている結果となりました。
- 一方、「特に取組みなし」と回答した企業は23%となりました。
業種別にみると、「宿泊・飲食サービス業」では他業種に比べて取組みが進んでいないことがわかりました。
- 実際の効果としては、「生活習慣や健康に対する意識向上」が50%と最も多くなりました。
- また、約2割の企業で「従業員の満足度、モチベーションの向上」につながったとの回答がありました。

①取組内容

<全体>



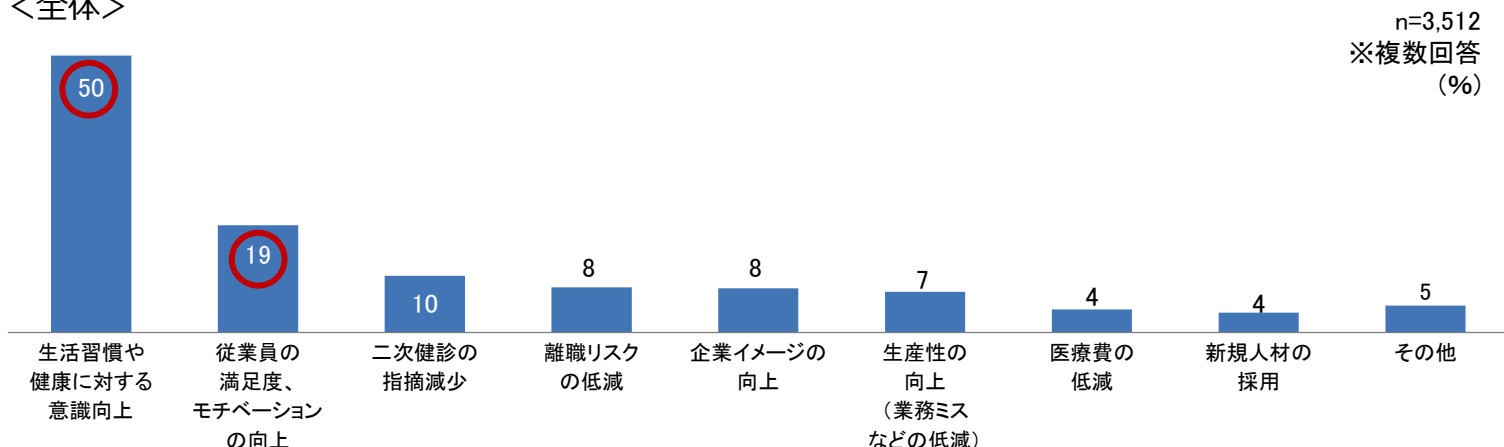
<取組状況(業種別)>

(%)

	回答件数	取組んでいる (%)	取組んでいない (%)
製造業	1,258	77	23
建設業	1,473	77	23
卸・小売業	1,399	72	28
卸売業	653	76	24
小売業	746	68	32
サービス業	2,174	74	26
情報通信業	129	83	17
運輸業	226	81	19
不動産・物品賃貸業	404	64	36
宿泊・飲食サービス業	193	57	43
医療・福祉業	183	86	14
教育・学習支援業	31	73	27
生活関連サービス業、娯楽業	183	70	30
学術研究、専門・技術サービス業	225	80	20
その他サービス業	600	73	27

②実際の効果

<全体>

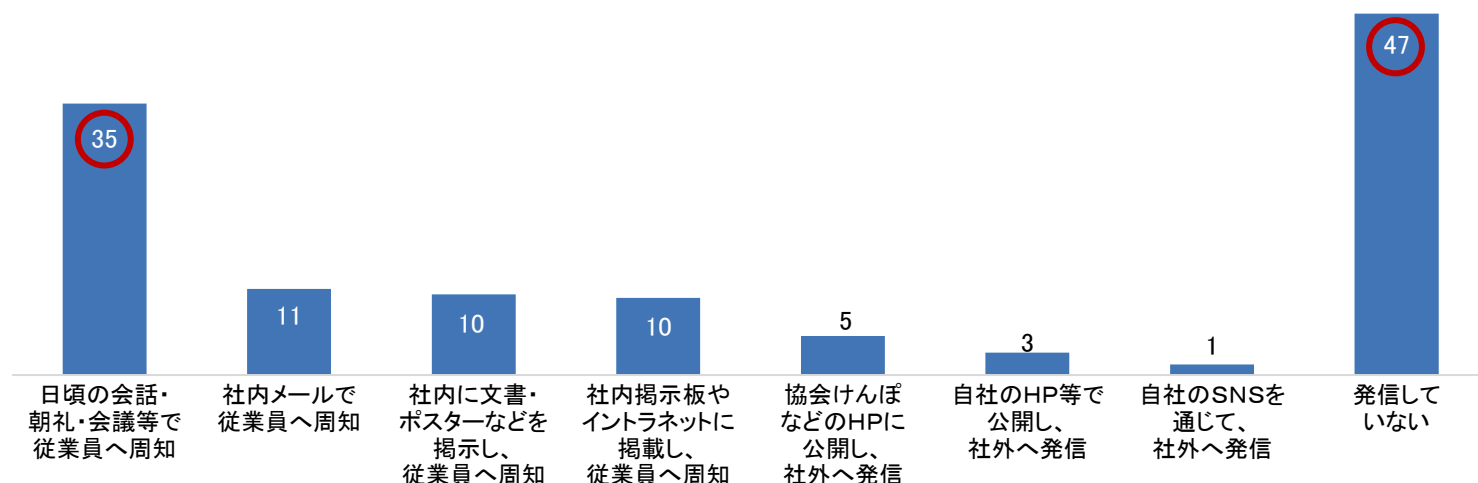


Q6 「従業員の健康づくりのための会社の取組み」に関する社内外への情報発信

- ・「従業員の健康づくりのための会社の取組み」に関する社内外への情報発信について、「日頃の会話・朝礼・会議等で従業員へ周知」と回答した企業は35%と最も多くなりました。
- ・一方、「発信していない」企業は47%となりました。

<全体>

n=3,711
※複数回答
(%)

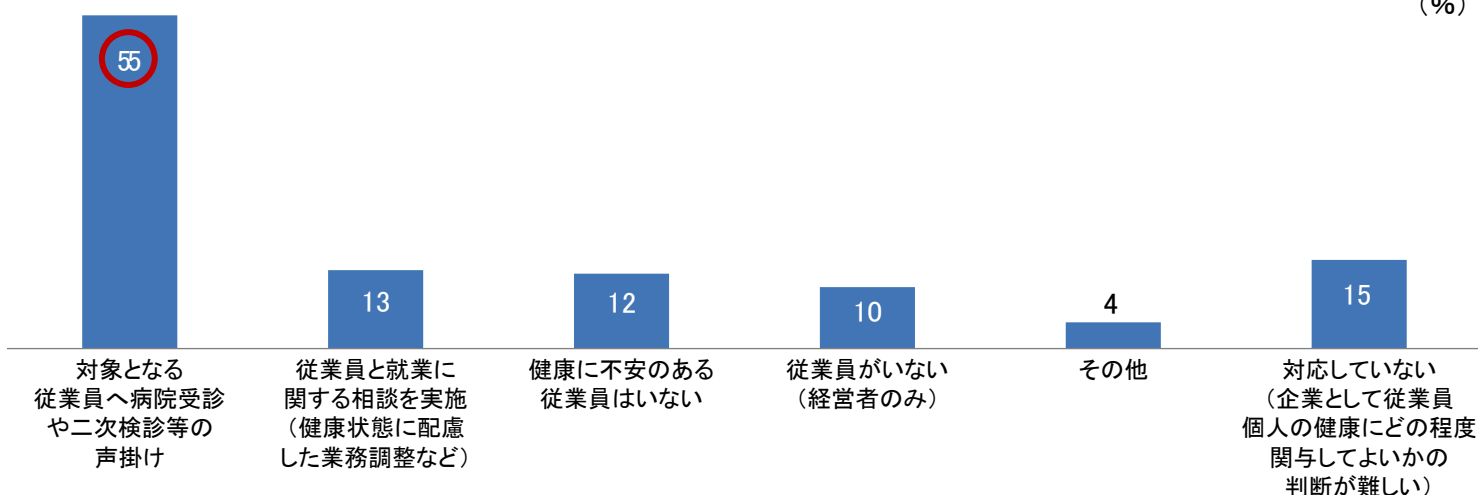


Q7 持病や健康診断で指摘のある従業員への対応

- ・持病や健康診断で指摘のある従業員への対応について、「対象となる従業員へ病院受診や二次検診等の声掛け」と回答した企業は55%と最も多くなりました。

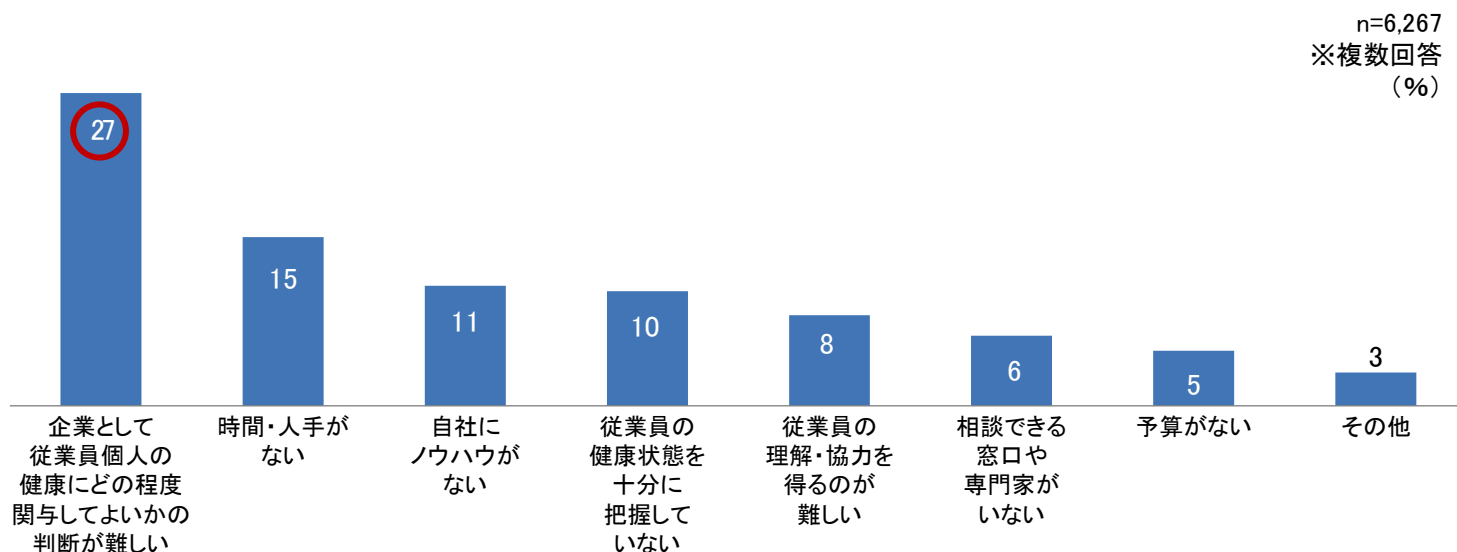
<全体>

n=6,354
※複数回答
(%)



- 健康経営に取り組むうえでの課題として、「企業として従業員個人の健康にどの程度関与してよいかの判断が難しい」が27%と最も多くなりました。

<全体>



Pick Up! (従業員の「健康づくり」についての課題や工夫、「健康経営」へのご意見)

- 昨今の人材不足で、従業員が健康で長く働ける環境を作るのは会社の責務であると思う。
(不動産・物品賃貸業／北海道／40代)
- 通院などは遠慮なく行くよう伝えているが自分から言い出せない人が多いため、従業員の顔色や体調をチェックしたり、周囲から意見をもらって対応している。(教育・学習支援業／北海道／60代)
- 朝礼前にラジオ体操の実施や対面で社員間での健康チェックを通じて、他者とのコミュニケーションを図りながら、体調を見合うようにしている。(その他サービス業／東北／50代)
- 毎月「健康新聞」を配布し、健康に関心をもってもらう。健康のうちに健康づくりをする。
(建設業／東北／70代以上)
- 年2回、身長・体重・BMIの数値の基準をクリアした従業員には健康手当を支給している。
(製造業／南関東／60代)
- 健康経営エキスパートアドバイザーに依頼して健康経営のお手伝いをしてもらっている。今年度から始めたため、課題などはまだ見えていないが、まず一歩進めることができた。(建設業／北陸・甲信越／40代)
- 健康でないと仕事に全力投球できないし、会社・家族の時間・自分の時間の3つを充実させるためには健康でないといけない！社長の想いを朝礼や個人面談の時に伝えるようにしている。(卸売業／関西／50代)
- 社内での健康づくりにおいて、「強制しないこと」を念頭に取り組んでいる。楽しめる人が楽しく取り組んで健康に働けること、その輪が広がっていくことを理想としている。(小売業／中国／40代)

【DIの推移】
＜全体＞

		(単位:pt)		
		業況DI	将来DI	従業員過不足 D I
2021年	1月	▲35.0	▲ 5.3	▲27.0
	2月	▲33.7	2.3	▲28.3
	3月	▲28.2	4.5	▲28.8
	4月	▲27.1	1.2	▲29.6
	5月	▲28.4	▲ 3.1	▲27.9
	6月	▲27.3	3.2	▲28.8
	7月	▲25.9	3.8	▲29.4
	8月	▲27.7	▲ 1.3	▲29.4
	9月	▲27.4	1.9	▲30.2
	10月	▲24.4	6.7	▲31.6
	11月	▲21.1	6.3	▲31.7
	12月	▲19.9	6.4	▲33.7
2022年	1月	▲22.6	2.8	▲33.6
	2月	▲25.1	2.1	▲32.7
	3月	▲23.9	0.4	▲35.7
	4月	▲24.2	▲ 1.5	▲33.6
	5月	▲21.5	0.4	▲34.0
	6月	▲22.3	0.4	▲34.6
	7月	▲21.9	▲ 1.4	▲34.4
	8月	▲21.2	▲ 1.0	▲34.0
	9月	▲21.2	▲ 0.2	▲35.6
	10月	▲19.9	▲ 1.0	▲36.1
	11月	▲18.4	▲ 1.0	▲36.1
	12月	▲17.4	0.3	▲37.0
2023年	1月	▲18.9	▲ 0.5	▲38.1
	2月	▲21.4	0.6	▲37.8
	3月	▲16.2	3.8	▲38.1
	4月	▲14.8	4.0	▲38.7
	5月	▲12.8	5.5	▲37.6
	6月	▲13.6	5.9	▲38.1
	7月	▲12.6	5.9	▲38.4
	8月	▲10.5	4.3	▲38.3
	9月	▲12.4	3.1	▲39.7
	10月	▲13.3	2.0	▲39.2
	11月	▲11.3	3.7	▲39.6
	12月	▲ 9.8	2.5	▲39.8
2024年	1月	▲12.1	3.5	▲37.6
	2月	▲10.7	3.5	▲39.7
	3月	▲12.9	3.7	▲38.8
	4月	▲11.4	4.7	▲39.3
	5月	▲11.4	2.8	▲38.5
	6月	▲12.1	4.2	▲37.7
	7月	▲11.3	4.0	▲37.6
	8月	▲10.7	2.8	▲38.5
	9月	▲ 9.3	4.8	▲39.4

＜業種別 D I (直近6ヵ月)＞

<業種別 D I (直近6カ月)>		(単位:pt)			
業種		製造業	建設業	卸・小売業	サービス業
業況DI	4月	▲23.6	▲ 3.2	▲18.4	▲ 5.8
	5月	▲21.8	▲ 5.3	▲18.2	▲ 5.2
	6月	▲23.6	▲ 6.4	▲17.1	▲ 6.5
	7月	▲21.6	▲ 4.0	▲19.1	▲ 5.7
	8月	▲19.5	▲ 3.1	▲18.9	▲ 4.9
	9月	▲19.4	▲ 1.6	▲17.5	▲ 3.8
従業員過不足 D I	4月	▲34.6	▲54.0	▲28.5	▲38.6
	5月	▲35.4	▲52.7	▲28.7	▲36.8
	6月	▲32.2	▲54.7	▲27.6	▲36.0
	7月	▲34.1	▲50.7	▲27.9	▲36.5
	8月	▲35.1	▲55.1	▲26.4	▲37.0
	9月	▲37.3	▲53.5	▲26.7	▲39.3

＜従業員規模別 D I (直近6ヵ月)＞

従業員規模別 D I (直近6ヵ月)>

(単位:pt)

従業員数		5人以下	6～20人	21人以上
業況DI	4月	▲17.6	▲ 7.7	▲ 1.9
	5月	▲17.0	▲ 8.6	▲ 2.4
	6月	▲16.2	▲ 9.7	▲ 5.3
	7月	▲17.3	▲ 9.2	+ 0.9
	8月	▲17.1	▲ 6.0	▲ 2.9
	9月	▲16.0	▲ 6.6	+ 2.6
従業員過不足 D I	4月	▲27.7	▲46.4	▲56.8
	5月	▲27.7	▲44.9	▲55.9
	6月	▲26.7	▲44.2	▲54.9
	7月	▲27.4	▲43.6	▲54.8
	8月	▲28.4	▲44.9	▲52.8
	9月	▲29.8	▲43.4	▲56.4

※2020年3月は新型コロナの影響を踏まえ調査を中止。

$$D I (Diffusion Index) = \text{好転(増加・上昇・過剰等)の回答割合(\%)} - \text{悪化(減少・悪化・不足等)の回答割合(\%)}$$

<地域別 D I (直近6カ月)>

(単位:pt)

		北海道	東北	北関東	南関東	北陸・甲信越
業況DI	2024年 4月	▲ 7.4	▲20.6	▲11.4	▲ 5.3	▲17.2
	5月	▲13.7	▲17.2	▲ 6.6	▲ 9.0	▲15.7
	6月	▲15.0	▲22.7	▲15.5	▲10.1	▲12.3
	7月	▲ 6.0	▲22.2	▲11.9	▲12.1	▲10.9
	8月	▲ 5.3	▲19.9	▲15.9	▲ 6.0	▲ 9.1
	9月	11.5	▲14.3	▲11.7	▲ 6.4	▲ 8.4
従業員過不足 D I	2024年 4月	▲40.7	▲39.1	▲39.2	▲37.7	▲38.1
	5月	▲40.6	▲42.3	▲37.0	▲35.1	▲37.7
	6月	▲45.2	▲40.5	▲35.6	▲35.1	▲36.9
	7月	▲48.8	▲38.8	▲33.9	▲34.7	▲37.7
	8月	▲46.3	▲40.6	▲29.2	▲36.0	▲40.0
	9月	▲47.9	▲39.0	▲34.9	▲37.2	▲41.3

		東海	関西	中国	四国	九州・沖縄
業況DI	2024年 4月	▲15.2	▲12.7	▲12.3	▲12.1	▲ 3.7
	5月	▲16.4	▲11.7	▲ 9.1	▲ 9.1	▲ 8.2
	6月	▲13.0	▲11.3	▲10.9	▲12.6	▲ 5.4
	7月	▲12.8	▲12.8	▲ 7.5	▲ 9.0	▲ 5.0
	8月	▲13.4	▲12.1	▲ 7.8	▲13.1	▲ 6.1
	9月	▲10.1	▲13.1	▲ 8.3	▲11.4	▲ 8.3
従業員過不足 D I	2024年 4月	▲34.8	▲38.8	▲42.5	▲41.6	▲44.1
	5月	▲36.5	▲36.7	▲42.7	▲41.4	▲41.4
	6月	▲31.4	▲38.8	▲41.7	▲37.5	▲39.6
	7月	▲33.0	▲37.6	▲38.8	▲41.0	▲41.8
	8月	▲37.5	▲40.0	▲40.0	▲40.8	▲41.2
	9月	▲35.1	▲38.7	▲45.0	▲37.6	▲41.6

D I (Diffusion Index)

= 好転(増加・上昇・過剰等)の回答割合(%)－悪化(減少・悪化・不足等)の回答割合(%)